

Economía.

PERCEPCIONES Y MEDICIONES DE LA INFLACIÓN*

▪ Francisco J. Núñez de la Peña** ▪

Let's take the case of inflation. Day after day we play our role of consumers. In doing so, we deal with a large range of prices and we normally compare these prices both between different stores and over time. Does this daily activity give us the capacity to evaluate inflation trends correctly? Most of us would answer, 'Absolutely!' And when official figures (normally based on thousands of observed prices for a large basket of goods and services) are released by the national statistical office, we consumers can then judge whether they are correct, excessive or undershooting, right? No doubt the popular media will exploit public sentiment and at least one headline will trumpet the quip about lies.¹

* Este texto fue elaborado con información disponible hasta el 7 de julio de 2010. Los indicadores económicos utilizados se obtuvieron en <http://www.banxico.org.mx>

** Es licenciado en Economía por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y maestro en Administración por el ITESO. Es profesor numerario del ITESO, adscrito a la Dirección General Académica. Escribe semanalmente en *El Economista*.

1. Enrico Giovannini. "Damned lies and statistics: helping numbers make sense", en *OECD Observer*, 237, mayo de 2003, p. 51.

Los consumidores sabemos si los precios de los bienes y servicios que compramos suben o bajan. Y si nuestros ingresos no se han modificado en un periodo determinado, podemos deducir que los precios han aumentado si en el primer periodo comprábamos más que en el segundo; entonces, podríamos concluir que nuestro poder adquisitivo se redujo. Pero para afirmar *cuánto* han crecido, *en promedio*, los precios necesitamos calcular cuánto gastamos en dos momentos del tiempo en el *mismo conjunto* de bienes y servicios, comprados en los *mismos lugares* donde solemos hacerlo. En otras palabras, si nuestro gasto así calculado pasó de 600 a 660 pesos, podemos decir que, *en promedio*, los precios se elevaron 10%, aunque algunos no se hayan alterado, otros hayan disminuido y otros aumentado. Si cambiáramos alguno de los productos y servicios, o las cantidades adquiridas, o el lugar de compra, no sabríamos si nuestro gasto total varió porque cambiaron los precios o por otra razón.

1. Índices de precios²

Quienes calculan los índices de precios (por ejemplo, el Banco de México y, dentro de poco tiempo, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía) registran, periódicamente, los precios de bienes y servicios *específicos* (por ejemplo, de la botella de un litro de Evian), los agrupan en conceptos *genéricos* (por ejemplo, agua embotellada de todas las marcas y tipos), luego en *subíndices* (por ejemplo, alimentos, bebidas y tabaco) y, finalmente, en un *índice* de precios al consumidor (agrupación de todos los subíndices y, en consecuencia, de todos los genéricos). Las cotizaciones se hacen en

2. Los lectores interesados pueden encontrar una explicación sencilla y reciente (27 de mayo de 2010) acerca de la medición de los precios en México en <http://www.banxico.org.mx/material-educativo/informacion-general/catedra-banco-de-mexico/universidad-autonoma-de-mexico-uam-mayo-julio-2/%7B1EFD6A14-F4E5-6798-D85E-F2CC40FD9FB4%7D.pdf>

muchos puntos de venta (mercados públicos, supermercados, etc.) y en muchas localidades, entre ellas, Guadalajara y Tepatitlán.

¿Qué productos y servicios deben elegirse para este cálculo y en qué cantidades?, los que representen mejor a la población de que se trata. ¿Dónde deben hacerse las cotizaciones?, en los lugares más representativos.

Un índice de precios al consumidor es un indicador útil para conocer la evolución de los precios de un conjunto (o canasta) de bienes y servicios representativos del consumo de los hogares. En otras palabras, un índice de precios, con el que se mide la inflación, es un *promedio ponderado* de los precios de un *conjunto* de bienes y servicios *representativos* del gasto de los consumidores de un *país* o una *localidad*. La variación de ese índice, es decir, la inflación en un periodo, depende del tamaño de las variaciones individuales de los precios de los bienes y servicios y de la importancia de éstos en el gasto de los consumidores.

Según el Banco de México, los precios de alimentos, bebidas y tabaco en Guadalajara, en promedio, aumentaron 8.4% entre mayo de 2008 y el mismo mes de 2009; y en el año siguiente, 4.4%. En el primer periodo, muchos genéricos subieron de precio (entre ellos, chile poblano, 85.0%) y pocos bajaron (tomate verde, 22.4%); y en el segundo, hubo menos con alza (cebolla, 71.8%) y más con decremento (chile poblano, 28.8%).

Es difícil que una persona perciba cuánto subieron, *en promedio*, los precios de los productos que compra; pero quizá su experiencia en éstos, individualmente, se asemeja a las estimaciones del Banco de México.

Con seguridad, la inflación calculada con las cantidades y los precios de los productos que una persona adquiere difieren de la de otra persona. Y si una misma persona se abasteciera en distintas ciudades también habría diferencias, pues los precios no evolucionan uniformemente en todas las ciudades ni en todos los bienes y servicios.

En promedio, los precios al consumidor aumentaron 38.4% en Guadalajara y 42.8% en Tepatitlán, en el mismo periodo, entre la segunda

quincena de junio de 2002 y mayo de 2010. Y en los ocho conjuntos de bienes y servicios en que suele agruparse la información hubo diferencias. Además, las variaciones de cada grupo fueron muy distintas (por ejemplo, en Tepatitlán, ropa, calzado y accesorios subió sólo 3.7% y alimentos, bebidas y tabaco, 56.3%; y en Guadalajara, 12.2% y 52.9%, respectivamente).

2. Evolución reciente de los precios al consumidor

Si se comparan las variaciones de los precios en dos periodos recientes (mayo de 2008-mayo de 2009 y mayo de 2009-mayo de 2010), puede afirmarse que la inflación en México disminuyó (de 6.0% a 3.9% anual), en gran parte debido al menor incremento en el rubro de alimentos, bebidas y tabaco. También se redujo en Tepatitlán (de 5.1% a 3.7%), pero esto no ocurrió en Guadalajara (pasó de 4.4% a 5.3%); aunque las alzas fueron menores en alimentos, bebidas y tabaco y en muebles, aparatos y accesorios domésticos, en otros renglones la trayectoria fue en sentido contrario.

3. Alimentos, bebidas y tabaco

Los cambios en las condiciones de la oferta, en particular de los productos de origen agropecuario, explican en gran medida los resultados observados. La evolución de los precios de alimentos, bebidas y tabaco en Guadalajara ejemplifica lo que normalmente ocurre.

- En sólo tres productos los precios bajaron en dos años consecutivos (cuadro 3).
- En 37 los precios descendieron, después de haber subido en el año previo (cuadro 4).

■ **Cuadro 1** Variaciones de los precios al consumidor entre la segunda quincena de junio de 2002 y mayo de 2010 (%)

Concepto	Nacional	Tepatitlán	Guadalajara
Índice General	40.5	42.8	38.4
1 Alimentos, bebidas y tabaco	57.7	56.3	52.9
2 Ropa, calzado y accesorios	14.3	3.7	12.2
3 Vivienda	32.5	44.4	30.1
4 Muebles, aparatos y accesorios domésticos	20.8	14.0	10.3
5 Salud y cuidado personal	37.8	53.2	40.6
6 Transporte	38.1	45.2	38.9
7 Educación y esparcimiento	47.1	41.8	40.6
8 Otros servicios	46.5	26.1	42.4

■ **Cuadro 2** Variaciones anuales de los precios al consumidor (%)

Concepto	Nacional		Tepatitlán		Guadalajara	
	May 09 May 08	May 10 May 09	May 09 May 08	May 10 May 09	May 09 May 08	May 10 May 09
Índice General	6.0	3.9	5.1	3.7	4.4	5.3
1 Alimentos, bebidas y tabaco	10.2	3.0	9.3	3.2	8.4	4.4
2 Ropa, calzado y accesorios	2.9	3.5	1.8	-0.3	0.9	5.1
3 Vivienda	2.6	2.8	3.0	3.5	1.1	2.2
4 Muebles, aparatos y accesorios domésticos	8.4	2.6	6.3	1.8	5.7	2.9
5 Salud y cuidado personal	6.3	4.2	2.7	3.5	4.4	8.3
6 Transporte	5.6	7.5	1.3	11.1	3.0	10.8
7 Educación y esparcimiento	5.2	4.2	4.3	1.4	5.1	5.1
8 Otros servicios	6.1	5.0	6.1	3.8	3.5	7.8

■ Cuadro 3

Precios al consumidor en Guadalajara: Variaciones anuales negativas en dos periodos consecutivos

Producto	Mayo de 2009/ Mayo de 2008	Mayo de 2010/ Mayo de 2009
Tomate verde	-22.4	-7.0
Nopales	-6.3	-3.5
Pizzas	-6.9	-0.9

■ Cuadro 4

Precios al consumidor en Guadalajara: variaciones anuales positivas en el primer periodo y negativas en el segundo (%)

Producto	M09/M08	M10/M09	Producto	M09/M08	M10/M09
Chile poblano	85.0	-28.8	Plátanos	3.6	-4.8
Frijol	48.5	-16.6	Arroz	18.1	-4.5
Jitomate	6.8	-14.1	Huevo	26.9	-4.1
Hígado de res	21.4	-12.6	Carne y vísceras de cerdo	10.6	-3.4
Pera	30.4	-12.0	Chuletas y manteca de cerdo	13.7	-3.2
Aguacate	4.2	-11.8	Pollo entero	7.9	-2.9
Zanahoria	26.0	-10.6	Chicharo	23.4	-2.9
Leche en polvo	9.9	-10.3	Otras vísceras de res	18.4	-2.5
Ejotes	20.2	-9.5	Aceites y grasas vegetales comestibles	7.4	-2.4
Huachinango	14.9	-9.0	Pastelillos y pasteles	4.1	-1.7
Pierna	12.5	-8.8	Papa	56.9	-1.6
Leche procesada	8.8	-8.4	Mojarra	27.9	-1.3
Carne molida de res	15.8	-8.1	Leche evaporada, condensada y maternizada	4.5	-1.1
Jamón	20.7	-7.7	Tocino	19.8	-1.1
Cortes especiales de res	12.6	-7.1	Chayote	28.3	-0.3
Pepino	26.8	-6.4	Robalo y mero	15.0	-0.2
Tortillas de harina de trigo	9.0	-6.3	Chile seco	17.0	-0.1
Pulpa de cerdo	11.7	-5.6	Dulces, cajetas y miel	11.2	-0.0
Crema de leche	10.4	-5.1			

■ **Cuadro 5** Precios al consumidor en Guadalajara: variaciones anuales negativas en el primer periodo y positivas en el segundo (%)

Productos	Mayo de 2009/ Mayo de 2008	Mayo de 2010/ Mayo de 2009
Camarón	-1.9	0.3
Calabacita	-7.1	2.4
Queso Chihuahua o Manchego	-2.8	2.6
Manzana	-1.1	9.3
Melón	-3.9	9.6
Sandía	-2.2	12.2
Mango	-10.8	18.1
Papaya	-0.7	23.4
Naranja	-2.1	37.9

■ **Cuadro 6** Precios al consumidor en Guadalajara: variaciones anuales positivas, pero menores en el segundo periodo (%)

Producto	M09/M08	M10/M09	Producto	M09/M08	M10/M09
Otros licores	13.3	0.0	Tortilla de maíz	8.3	4.1
Jugos o néctares envasados	8.9	0.2	Chiles procesados	14.3	4.8
Queso Oaxaca o Asadero	5.0	0.2	Carnes secas	9.5	4.9
Pasta para sopa	18.5	0.3	Otros mariscos	14.8	5.4
Concentrados para refrescos	1.3	0.4	Agua embotellada		5.4
Lomo	1.2	0.8	Otros quesos	8.1	6.2
Lechuga y col	9.3	1.2	Otros embutidos	16.1	6.9
Pan de caja	14.9	1.5	Verduras envasadas	15.3	7.2
Salchichas	29.2	1.7	Otros alimentos cocinados	8.9	7.7
Otros cortes de carne	4.9	1.8	Maíz	13.4	7.7
Queso amarillo	6.5	1.9	Papas fritas y similares	8.8	7.9
Leche pasteurizada y fresca	2.2	2.1	Chuletas y costillas de res	15.2	8.2
Guayaba	34.5	2.5	Ron	9.6	8.2
Otros pescados y mariscos	31.0	2.6	Otras conservas de frutas	14.2	8.5
Retazo	6.8	2.7	Cigarrillos	10.6	10.5
Atún y sardina en lata	7.2	2.9	Chorizo	22.0	11.4
Concentrados de pollo y sal	13.3	3.1	Mantequilla	18.1	12.7
Otros chiles frescos	16.9	3.5	Pan blanco	19.4	13.6
Carnes y vísceras de res	9.2	3.6	Chile serrano	17.6	14.5

■ **Cuadro 7** Precios al consumidor en Guadalajara: Variaciones anuales positivas, pero mayores en el segundo periodo (%)

Productos	M09/M08	M10/M09	Productos	M09/M08	M10/M09
Yoghurt	0.8	2.7	Masa y harinas de maíz	5.9	13.2
Tequila	3.2	3.3	Pollos rostizados	3.3	13.7
Pan dulce	0.3	3.7	Otras legumbres	10.2	13.9
Refrescos envasados	1.9	5.3	Puré de tomate y sopas enlatadas	4.4	13.9
Mayonesa y mostaza	3.6	5.4	Pollo en piezas	2.6	14.0
Café soluble	2.3	5.9	Chocolate	5.0	14.7
Barbacoa o birria	2.6	6.0	Otras legumbres secas	6.6	15.1
Otras frutas	0.5	7.0	Otras galletas	5.0	16.6
Cerveza	4.5	7.2	Otros pescados	9.4	17.1
Bistec de res	6.7	7.5	Gelatina en polvo	12.2	18.0
Helados	4.8	8.0	Frutas y legumbres preparadas para bebé	10.7	18.1
Brandy	6.6	9.0	Café tostado	11.9	19.1
Uva	9.5	10.1	Vino de mesa	5.4	19.7
Harinas de trigo	7.5	10.3	Galletas populares	8.0	20.2
Otros condimentos	5.9	10.6	Limón	7.8	21.0
Queso fresco	9.0	11.1	Piña	11.5	28.6
Toronja	10.1	11.8	Durazno	11.1	31.4
Cereales en hojuela	7.1	11.9	Azúcar	0.7	61.7
Carnitas	5.9	12.6	Cebolla	3.7	71.8

- En nueve subieron, después de haber bajado en el año anterior (cuadro 5).
- En 38 los precios aumentaron menos que en el año previo (cuadro 6).
- En 38 crecieron más que en el año anterior (cuadro 7).

4. Expectativas

La meta de inflación establecida por el Banco de México no ha cambiado (3% anual), y no hay indicios de modificaciones futuras. En el más

reciente comunicado de política monetaria (16 de junio de 2010), la Junta de Gobierno del Banco de México afirmó:

La Junta continuará vigilando la trayectoria de las expectativas de inflación de mediano y largo plazos, la velocidad con la cual se vaya cerrando la brecha del producto, así como otros determinantes de la inflación que pudieran alertar acerca de presiones inesperadas y de carácter generalizado sobre los precios. Esto con el fin de que, en esa eventualidad, el Instituto Central ajuste la postura monetaria para alcanzar la meta de inflación del 3 por ciento hacia finales del próximo año.³

Finalmente, los especialistas en economía del sector privado esperan que la inflación baje y se acerque a la meta de las autoridades monetarias.

■ Cuadro 8

Inflación anual esperada por los especialistas en economía del sector privado (%)

Expectativas en 2010	Para 2010	Para 2011	Para 2011-2014	Para 2015-2018
Enero	4.93	3.91	3.67	3.42
Febrero	5.21	3.89	3.69	3.51
Marzo	5.28	3.97	3.69	3.53
Abril	5.19	3.98	3.73	3.51
Mayo	4.94	3.95	3.72	3.53
Junio	4.66	3.92	3.74	3.54

Fuente: Banco de México (<http://www.banxico.org.mx/informacion-para-la-prensa/comunicados/resultados-de-encuestas/expectativas-de-los-especialistas/index.html>).

3. Banco de México. Disponible en <http://www.banxico.org.mx/informacion-para-la-prensa/comunicados/politica-monetaria/boletines/index.html>